

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(3)
สารบัญตาราง.....	(7)
สารบัญภาพประกอบ	(9)
 บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	3
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย.....	3
1.4 นิยามศัพท์	3
1.5 ข้อจำกัดในงานวิจัย	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
2. แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับ.....	5
2.2 ทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจซื้อ	13
2.3 ทฤษฎีการรับรู้.....	17
2.4 แนวคิดการบริหารลูกค้าสัมพันธ์	18
2.5 ทฤษฎีรูปแบบกลยุทธ์ขององค์กร	25
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	27

3. ระเบียบวิธีวิจัย	31
3.1 ประชากรที่ศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง	31
3.2 การสุ่มตัวอย่าง.....	32
3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	33
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	34
3.5 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	35
3.6 การให้คะแนนตัวแปร	37
3.7 ระยะเวลาในการวิจัย	38
3.8 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	40
3.9 สมมติฐานในการวิจัย.....	40
3.10 การวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐาน.....	41
3.11 กรอบแนวคิด.....	43
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	44
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	44
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านทัศนคติเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การนำการบริหารลูกค้าสัมพันธ์มาใช้	50
ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างในการพิจารณา และไม่พิจารณานำการบริหารลูกค้าสัมพันธ์มาใช้	52
ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการพิจารณา นำการบริหารลูกค้าสัมพันธ์มาใช้และปัจจัยแต่ละตัว	60
5. สรุปผลการศึกษาวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	66
5.1 สรุปผลการวิจัย	67
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	71
5.3 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย.....	73
5.4 ข้อเสนอแนะต่องานวิจัยในอนาคต	74

บรรณานุกรม	76
ภาคผนวก	82
ประวัติการศึกษา	90